

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian akhir laporan ini memberikan kesimpulan mengenai apa yang sudah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya, dan saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi kemajuan PT. Rolas Nusantara Mandiri.

4.1 Kesimpulan

Dari hasil pengamatan yang dilakukan selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT. Rolas Nusantara Mandiri selama kurang lebih dua bulan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Media periklanan yang digunakan oleh PT. Rolas berupa komunikasi umum seperti iklan dalam bentuk cetak. Media utama yang digunakan adalah brosur dan . Brosur Rolas dapat mudah didapatkan di cafe-cafe Rolas. Brosur berisikan tentang produk perusahaan, keunggulan produk, atau informasi baru seperti pembukaan cafe. Kemudian juga terdapat poster produk yang tertempel di kendaraan perusahaan PT. Rolas
2. Promosi penjualan yang diterapkan dalam PT. Rolas antara lain Product Display di Cafe Rollaas dan pemberian diskon. Upaya ini dianggap cukup berpengaruh untuk menarik minat seseorang dalam melakukan pembelian.
3. Bentuk aktifitas penjualan pribadi yang dilakukan oleh PT. Rolas adalah memberikan pengarahan dan menjelaskan keunggulan produk. Setiap tenaga penjual sudah dibekali dengan pengetahuan produk. Karena dengan adanya tenaga penjual terdapat manfaat tersendiri yakni agar konsumen dapat mengetahui secara jelas *benefit* dari produk PT. Rolas.
4. Hubungan masyarakat diluar aktivitas penjualan seperti *sponsorship* dan sumbangan amal belum pernah dilakukan oleh PT. Rolas karena perusahaan ini masih tergolong baru sehingga memfokuskan diri pada penjualan produk secara langsung.

5. Pemasaran langsung dilakukan melalui Cafe-Cafe Rollas yang sudah cukup banyak jumlahnya di Surabaya dan melalui website yang juga melayani pemesanan produk.

4.2 **Saran**

1. Diharapkan PT. Rolas Nusantara Mandiri dalam mempromosikan produk-produknya menambahkan media periklanan seperti iklan di televisi, radio dan internet sehingga informasi mengenai produk dapat tersebar luas.
2. Hendaknya PT. Rolas Nusantara Mandiri lebih kreatif membuat event-event untuk menarik pelanggan. Tidak hanya mengikuti event yang diadakan pihak luar namun mengadakan event dari Rollas sendiri untuk menunjang pengenalan produk terhadap masyarakat.
3. Sehubungan dengan *brand awareness* masyarakat dan pelanggan yang masih lemah, alangkah baiknya PT. Rolas Nusantara Mandiri dalam melakukan strategi promosi menggunakan media elektronik seperti memanfaatkan sosial media yang dapat digunakan tanpa banyak biaya. Website saat ini belum cukup menarik untuk menjadi media promosi sehingga perlu diperbaiki karena juga dapat mempengaruhi citra produk.
4. Penambahan akun sosial media dapat dicoba oleh perusahaan seperti *line official*, twitter dan facebook dan sebagainya untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan dan membangun hubungan masyarakat yang baik dengan menyediakan admin yang aktif untuk akun-akun tersebut. Untuk akun instagram saat ini masih kurang aktif karena *update* masih jarang.
5. Media promosi juga bisa ditambahkan oleh PT. Rolas Nusantara Mandiri untuk target pasar yang lebih besar seperti kalangan karyawan perusahaan. Pembukaan *stand/ booth* di perusahaan untuk mengenalkan produk lebih jauh dapat menjadi langkah efektif untuk menjangkau target pasar yang lebih besar.